

Un opérateur unique

Quartier de la Prairie-au-Duc

Île de Nantes, Nantes (44)



En cours de construction

Livraison en cours depuis 2012, jusqu'en 2024

Acteurs

Aménageur Société d'aménagement de la métropole Ouest Atlantique (Samoa)

Maîtrise d'œuvre urbaine UapS (architecte urbaniste du projet d'aménagement) puis AJOA-LAQ


Opérateur commercial unique Groupe Chessé


Promoteurs Quartus, Giboire, Icade, Duval, Marignan


Bailleurs NMH, LNH, Logement Français, Podelia, Harmonie Habitat.


Toute structure impliquée Nantes Métropole, Ville de Nantes


Programmation du projet

 50% de logements
95 000 m²
1 400 logements

 30% de bureaux et activités
60 000 m²

 5% de rez-de-chaussée actifs
10 000 m², dont 2 000 m² de surfaces commerciales de proximité

 15% d'équipements publics et privés
30 000 m²

 **Reconversion d'une friche industrielle et portuaire, ancien site des chantiers navals**



Focus sur programmation commerciale :

Des commerces et services de proximité articulés autour de :

« Bien pratique » (supérette, groupe scolaire, coiffeur, opticien, Conciergerie...)

« Bien manger » (brasserie, boulangerie, fromagerie, primeur bio...)

« Bien inspiré » (théâtre, galerie, studio yoga, espace bien-être...)

Personne n'aurait véritablement pu imaginer que la vie « reprenne » sur l'île de Nantes, à la suite de la fermeture des chantiers navals en 1987, qui laissa béants 460 hectares de friches au cœur de la Métropole Nantaise... Pourtant, trente ans plus tard, les usines Alstom sont transformées, le Quartier de la Création accueille les écoles de design, des Beaux-arts et d'architecture, les Machines de l'île animent le grand parc des Chantiers, les familles affluent pour voir le Grand Éléphant. Le Hangar à Bananes devient même le nouveau lieu prisé des nuits nantaises... Peut-on vraiment considérer que le pari est gagné ?

UNE ÎLE VIVANTE ET DES CARREAUX DE PLÂTRE

Oui... Mais pas tout à fait : une question semble avoir été mise de côté, ou du moins au second plan, pendant les premières années du projet d'aménagement, à savoir celle du commerce. Et le déclic a fini par se produire avec le phénomène des « carreaux de plâtre », à savoir, les locaux commerciaux en pied d'immeubles qui demeurent vides pendant des années ou sans offre de proximité... Comment expliquer cela pour une île aussi animée que celle de Nantes ? « **En partie, parce que le commerce est, de manière générale, considéré en dernier dans les opérations immobilières et dans leur bilan. Mais pas dans le projet urbain. Pour schématiser, un promoteur construit le bâtiment de logements ou de bureaux et**



réserve en rez-de-chaussée un local commercial qu'il revend à un investisseur. Ce dernier cherche, le plus souvent, à rentabiliser son achat sans considérer le fonctionnement propre du commerce avec des loyers trop élevés par rapport aux réalités du marché... » explique Alain Bertrand, Directeur Général Adjoint de la Samoa, l'aménageur de l'île. Le processus s'enclenche : les commerçants attendent pour s'installer que l'investisseur baisse les prix, mais cela peut prendre plusieurs années. Parfois plus longtemps, si le local n'est simplement pas adapté à l'activité du commerçant.

LE COMMERCE, UN IMPENSÉ QUI NE SE LIMITE PAS A L'ÎLE

En dézoomant un peu, le commerce n'est pas non plus au beau fixe dans le centre-ville de Nantes. À partir des années 2010, c'est à la faveur d'une réflexion pour considérer l'île comme un prolongement du centre-ville que la Ville et la Métropole de Nantes se penchent sur la question. « Avec la naissance de la Métropole, une nouvelle stratégie commerciale émerge pour redynamiser le centre-ville et retrouver un certain équilibre avec le développement plus réduit des zones commerciales périphériques », raconte David Polinière, Responsable du pôle développement urbain de la Samoa.

Il n'en fallait pas moins pour que l'île de Nantes, « véritable shaker des politiques publiques nantaises », s'amuse Alain Bertrand, connaisse ses premières études pour privilégier le développement de pôles de proximité. Accompagnées par l'agence de développement économique Objectif Ville, la Samoa, la Métropole et la Ville de Nantes élaborent une feuille de route pour replacer le commerce au cœur de la démarche d'aménagement : développer un commerce de proximité, éviter les franchises ainsi que les prix d'exploitation trop élevés et surtout « imaginer un système pour que les commerces s'installent dès les premières livraisons et animent le quartier », précise Alain Bertrand.



LE CHOIX D'UN PARTENARIAT UNIQUE

Cette réflexion prend corps en 2010, dans le quartier de la Prairie-au-Duc, nouvelle étape de l'aménagement de l'île. Le quartier, qui comptera à terme 3 000 habitants, 1 500 actifs et autant d'étudiants, est rapidement identifié comme une opportunité où développer un pôle commercial de proximité. La Samoa en a la maîtrise foncière et adopte une nouvelle méthode « horizontale » : elle lance en 2013, une consultation préalable pour sélectionner un opérateur commercial unique pour co-construire l'offre commerciale dans ce quartier naissant et accompagner l'arrivée des logements. « On souhaitait un opérateur avec lequel « protocoler », sans enjeu financier : il s'agissait de monter un partenariat public-privé sur cette question commerciale. Nous fournissons le plan de marchandisage au sein du dossier de consultation, que les répondants pouvaient venir challenger au regard du risque qu'*in fine*, ils porteront », rapporte Alain Bertrand.

Parmi les répondants, le Groupe Chessé est retenu notamment pour son ancrage local, l'approche urbaine proposée en termes d'animation, la compréhension des enjeux du quartier et sa capacité à agir sur un volume de surface relativement limité. Il obtient l'exclusivité de l'investissement et de la gestion des cellules commerciales de proximité pour tous les lots du quartier sur le long terme. L'opérateur ne peut dès lors revendre les commerces sans l'accord de l'aménageur : l'entente est ainsi scellée avec un protocole courant jusqu'en 2030. « Être présent en amont permet de se prémunir de tout ce qui recule l'arrivée d'un commerçant sur les aspects techniques, bien sûr, mais révèle aussi l'importance du commerce dans l'aménagement d'un quartier : c'est un créateur d'identité et de fierté d'habiter » ajoute Alexandra Brémaud, Directrice Générale du groupe Chessé.



ANIMER LA VILLE ET LA PROXIMITÉ

Afin d'accompagner la montée en charge du quartier, le Groupe Chessé a mis en place un dispositif innovant. « Pour que le commerçant s'installe dès les premières livraisons de logements, nous adaptions sa charge locative pour pallier le déficit d'activités. Cela n'est possible que parce que nous maîtrisons l'acquisition des rez-de-chaussée et n'avons pas de logique d'investissement financier. Ainsi, dès le début, l'esprit de « ville du quart d'heure » y est très fort, avec une forte mixité : on y fait tout à pied, à vélo. Ici, c'est une vie de quartier déjà ancrée qui est recherchée » précise Alexandra Brémaud. La particularité du Groupe ? Sur les 30 commerces implantés sur site, le Groupe Chessé en gère ou en gèrera directement une vingtaine, en sa qualité de foncière-bailleur, mais joue également un rôle de gestionnaire et d'animateur de lieux pour l'ensemble des activités présentes. C'est ainsi qu'il a fédéré les commerçants autour de la création d'une identité de quartier, d'une stratégie de mise en visibilité et de communication bien rodée. La signalétique égaye le quartier et s'organise autour de trois pôles : le « bien pratique », « bien manger » et « bien inspiré ». Au-delà de l'identité forte qui a été posée et de la signalétique, d'autres outils ont été mis en place : plaquette d'information, un site internet, une page Facebook pour permettre aux commerçants de relayer leurs actualités...

UNE MÉTHODE QUI FAIT ÉCOLE

Le pari semble donc avoir été tenu, au point que la démarche se pérennise au sein du quartier voisin de la République en cours de développement, au nord du CHU. La Samoa a réitéré la méthode et à l'issue d'une nouvelle consultation, le groupe Chessé a de nouveau été retenu. À la question de monter une structure publique dédiée au portage commercial, la réponse est multiple, mais le recours à un acteur tiers expert des questions commerciales, capable de challenger les propositions tout en s'inscrivant dans des partenariats de long terme, est indéniablement un atout.